

Hubungan *Personal Grooming* di Media Social Instagram dengan Kepercayaan Diri Mahasiswa

Annisa Gusridina Arief, Nurrahmawati

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

gusridinaa@gmail.com

Abstract—This research entitled *Correlation of Personal Grooming in Social Media Instagram with Student Self Confidence*, aims to determine (1) the relationship between personal hygiene on social media Instagram and the self-confidence of Fikom Unisba students in 2017, (2) the relationship between self-tidiness on social media Instagram and self-confidence of Fikom Unisba students in 2017, and (3) the relationship between attitudes on social media Instagram and the self-confidence of Fikom Unisba students in 2017. The research method used in this research is quantitative with a correlational approach. The population in this study were students of Bandung Islamic University Faculty of Communication 2017 with a sample of 79 people. The results showed that there was a significant relationship between personal grooming on social media Instagram and the self-confidence of Bandung Islamic University Faculty of Communication students in 2017.

Keywords—*Personal Grooming on Instagram, Self Confidence, Personal Hygiene, Self-Tidiness, Attitude.*

Abstrak—Penelitian ini berjudul *Hubungan Personal Grooming di Media Social Instagram dengan Kepercayaan Diri Mahasiswa*, bertujuan untuk mengetahui (1) hubungan antara kebersihan diri di media social Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017, (2) hubungan antara kerapuhan diri di media social Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017, dan (3) hubungan antara sikap di media social Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba tahun 2017 dengan sampel sebanyak 79 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *personal grooming* di media social Instagram dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017.

Kata Kunci—*Personal Grooming di Instagram, Kepercayaan Diri, Kebersihan Diri, Kerapuhan Diri, Sikap.*

I. PENDAHULUAN

Penggunaan aplikasi *Instagram* sangatlah beragam dilihat dari penyediaan fitur yang disediakan oleh *Instagram* seperti fitur untuk mengupload foto, *Instagram stories*, *Direct message*, *Instagram shop*, *Instagram advertise* dan masih banyak lagi. Seiring berjalannya waktu, penggunaan *Instagram* juga dimanfaatkan oleh para penggunanya untuk menampilkan diri mereka agar terlihat menarik saat dilihat oleh orang lain. Banyak masyarakat yang mulai

memperhatikan penampilan diri mereka dengan melakukan segala cara untuk memperlihatkan kesan positif di media sosial *Instagram*.

Salah satu cara membentuk identitas yang saat ini mudah untuk dilakukan oleh masyarakat adalah melakukan *personal grooming* yang merupakan tampilan diri mereka dari ujung kepala hingga ujung kaki berkaitan dengan kebersihan tubuh dan kerapuhan pribadi, cara berpakaian serta tutur kata yang sopan dan santun.

Hal yang utama dalam melakukan *grooming* adalah penampilan wajah dan pakaian, karena wajah serta pakaian merupakan *first impression* dari orang yang akan melihat hasil foto yang telah seseorang tampilkan di media sosial *Instagram* tersebut. Hal-hal yang perlu diketahui dalam berpenampilan adalah warna, mode pakaian, keserasian dan cara untuk memadupadankan aksesoris serta riasan agar terlihat menarik dan membuatnya merasa percaya diri. “Menurut Marita, Yuliadi, dan Karyanta (2014) berpendapat bahwa berpenampilan menarik serta mempunyai wajah yang cantik terpelihara ialah impian yang di idamkan tiap orang serta dapat menaikkan kepercayaan diri (Garindra, 2018:144).”

Sebagaimana yang dijelaskan oleh (Fika dan Ani dalam Spesia Unisba) “*Grooming* Protokol dalam Pencitraan Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat”, diakses pada 9 April 2020, yang menjelaskan bahwa berpenampilan baik adalah salah satu cara untuk memberikan kesan dan juga modal sebagai *frontline* pimpinan, selain penampilan diri adalah yang pertama kali dilihat, penampilan diri (*grooming*) juga sebagai penunjang dirinya untuk merasa percaya diri dihadapan khalayak disetiap acara atau kegiatan.

Namun, pada realitanya tidak semua masyarakat menggunakan *Instagram* sebagai alat untuk penataan tampilan diri ataupun mempromosikan dirinya, banyak pula masyarakat yang tidak terlalu peduli dengan perilaku *grooming* di *Instagram*.

Fenomena tersebut juga terjadi dikalangan mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017 yang sudah menggunakan aplikasi *Instagram* dengan periode waktu yang cukup lama. Terlihat dari usia mahasiswa aktif yang rata-rata sudah menginjak umur 20 tahun keatas dan memiliki pengalaman ber-*Instagram* lebih lama dibandingkan dengan mahasiswa aktif tahun 2018-2020. Namun, tetap saja masih banyak mahasiswa yang acuh dalam penggunaan *Instagram* sebagai

media yang dapat membentuk *grooming* pada dirinya. Dilihat dari hasil observasi peneliti, mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017 masih banyak yang memilih untuk memposting gambar-gambar abstrak, foto-foto pemandangan ataupun hasil foto yang digunakan untuk tugas kuliah. Bahkan tidak sedikit yang menggunakan *Instagram* hanya untuk melihat kehidupan orang lain dan hanya mencari inspirasi tanpa memposting foto apapun di akun *Instagram* miliknya.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk mencari tahu hubungan antara *personal grooming* di media *social Instagram* dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kebersihan diri di media *social Instagram* dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017, untuk mengetahui hubungan kerapihan diri di media *social Instagram* dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017, dan untuk mengetahui hubungan sikap di media *social Instagram* dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017.

II. METODOLOGI

Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif untuk mencari tahu apakah terdapat hubungan antara *personal grooming* di media *social instagram* dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017. Pendekatan penelitian yang peneliti terapkan di dalam penelitian kali ini adalah pendekatan korelasional.

Populasi dari penelitian ini adalah Mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017 sebanyak 374 orang dan akan diambil sampel sebanyak 79 orang.

Berdasarkan jenis metode penelitian dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu kuisioner yang dibagikan kepada para narasumber, observasi langsung ke lapangan dan juga media *social narasumber* serta dokumentasi terkait dengan penelitian ini.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

Pada bagian ini akan dipaparkan hasil dan analisis dari Berikut adalah penelitian mengenai hubungan *personal grooming* di media *social Instagram* dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba 2017 menggunakan rumus Alpha Cronbach's. Hasil pengujian dapat dilihat melalui tabel dibawah ini:

A. Hubungan Antara Kebersihan Diri dengan Kepercayaan Diri

H₀: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Kebersihan Diri dengan Kepercayaan Diri

H₁: Terdapat hubungan yang signifikan antara Kebersihan Diri dengan Kepercayaan Diri

$\alpha = 5\%$

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan, didapatkan koefisien korelasi *Pearson (Product Moment)* senilai 0,333.

Dengan rumus $t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,333 \sqrt{\frac{79-2}{1-0,333^2}} = 3,10$. Dengan db = 77 (n-2) dan $\alpha = 5\%$ untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,991. Nilai-nilai perhitungan tersebut kemudian disajikan dalam tabel di bawah ini:

TABEL 1: ANALISIS KORELASI ANTARA KEBERSIHAN DIRI DENGAN KEPERCAYAAN DIRI (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
Kebersihan Diri Dengan Kepercayaan Diri	0,333	Rendah	3,10	1,991	Terdapat hubungan yang Signifikan

Berdasarkan tabel 1 terkait hubungan antara kebersihan diri dengan kepercayaan diri. Dapat terlihat bahwa nilai t hitung (3,10) > t tabel (1,991), maka dari itu H₀ ditolak dan H₁ diterima, dengan begitu dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kebersihan diri dengan kepercayaan diri. Maka kesimpulan yang diperoleh bahwa terdapat hubungan antara antara kebersihan diri dengan kepercayaan diri.

B. Hubungan Antara Kerapihan Diri dengan Kepercayaan Diri (Y)

H₀: Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara Kerapihan Diri dengan Kepercayaan Diri

H₁: Terdapat hubungan yang signifikan antara Kerapihan Diri dengan Kepercayaan Diri

$\alpha = 5\%$

Dengan perhitungan yang dilakukan seperti pada poin sebelumnya, didapatkan koefisien korelasi *Pearson (Product Moment)* sebesar 0,356. Dengan rumus $t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,356 \sqrt{\frac{79-2}{1-0,356^2}} = 3,34$. Dengan db = 77 (n-2) dan $\alpha = 5\%$ untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,991. Nilai-nilai perhitungan tersebut kemudian disajikan dalam tabel di bawah ini:

TABEL 2: ANALISIS KORELASI ANTARA KERAPIHAN DIRI DENGAN KEPERCAYAAN DIRI (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
Kerapihan Diri Dengan Kepercayaan Diri	0,356	Rendah	3,34	1,991	Terdapat hubungan yang Signifikan

Berdasarkan tabel 2 terkait hubungan antara kerapihan diri dengan kepercayaan diri. Dapat terlihat bahwa nilai t hitung (3,34) > t tabel (1,991), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan begitu dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kerapihan diri dengan kepercayaan diri. Maka dapat diartikan bahwa terdapat hubungan antara kerapihan diri dengan kepercayaan diri.

C. Hubungan Antara Sikap dengan Kepercayaan Diri (Y)

H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dengan Kepercayaan Diri

H_1 : Terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dengan Kepercayaan Diri

$$\alpha = 5\%$$

Dengan perhitungan seperti sebelumnya, didapatkan koefisien korelasi *Pearson (Product Moment)* sebesar 0,325. Dengan rumus $t = rs \sqrt{\frac{n-2}{1-rs^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,302 \sqrt{\frac{79-2}{1-0,325^2}} = 3,02$. Dengan db = 77 (n-2) dan $\alpha = 5\%$ untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1,991. Nilai-nilai perhitungan tersebut kemudian disajikan dalam tabel di bawah ini:

TABEL 3: ANALISIS KORELASI ANTARA SIKAP DENGAN KEPERCAYAAN DIRI (Y)

Hubungan	Koefisien Korelasi	Kekuatan hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
Sikap Dengan Kepercayaan Diri	0,325	Rendah	3,02	1,991	Terdapat hubungan yang Signifikan

Berdasarkan tabel 3 mengenai hubungan antara sikap dengan kepercayaan diri. Dapat diketahui nilai t hitung (3,02) > t tabel (1,991), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima,

dengan begitu dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dengan kepercayaan diri. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara sikap dengan kepercayaan diri.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan *Personal Grooming* di *Media Social Instagram* dengan Kepercayaan Diri Mahasiswa. Lokasi penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian kali ini adalah Universitas Islam Bandung. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara *personal grooming* di *media social Instagram* dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017, dengan hubungan yang sedang. Adapun kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara kebersihan diri dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017, dengan hubungan yang rendah.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara kerapihan diri dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017, dengan hubungan yang rendah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara sikap dengan kepercayaan diri mahasiswa Fikom Unisba tahun 2017, dengan hubungan yang rendah.

ACKNOWLEDGE

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada 79 mahasiswa Fikom Universitas Islam Bandung tahun 2017 sebagai narasumber dari penelitian ini karena telah mau meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner peneliti serta memberikan data maupun informasi untuk tujuan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Girindra, Aisyiah. (2018). Citra Tubuh dan Kepercayaan Diri pada Mahasiswa Pengguna Kosmetik Wajah. *Jurnal Psikologi*, 11(2), 144.
- [2] Fika dan Ani 2017. Spesia "Grooming Protokoler dalam Pencitraan Sekretariat Daerah Provinsi Jawa Barat"
- [3] Marsela, Firty & Hernawati, Riza. (2020). Pengelolaan Persiapan Personal Grooming. *Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat*, 6(2), 321.
- [4] AW, Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu Sutrisno.
- [5] Worchel, S., Dkk. (2000). *Social Psychology*. USA: Thomson Learning.
- [6] Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- [7] Lindenfield, G. (1997). *Mendidik Anak Agar Percaya Diri*. dalam Ediaty Kamil. Jakarta: Arcan.
- [8] Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta

- [9] Weninggalih, Laras, Fuady, M E. (2021). Hubungan Kampanye Politik Calon Presiden 2019 melalui Media Sosial Instagram dengan Keputusan Memilih Mahasiswa Indonesia di Thailand. *Jurnal Riset Public Relation*, 1(1). 22-32